



Global Consumer Trends 2026

**El mapa de crecimiento
de la PyME exportadora**



01

El comercio en 2026:
De la transacción a
la identidad

02

Los 3 drivers que mueven
la aguja en 2026.

03

Matriz de oportunidades
globales 2026.

04

De la tendencia a la acción:
Tu checklist 2026.

05

El mercado 2026 premia
a los preparados.



El comercio en 2026:

De la transacción a la identidad

Olvidemos la "nueva normalidad". En 2026, entramos en la era de la Autenticidad Radical.

Para las pymes latinoamericanas, el juego ha cambiado. Los mercados maduros (Europa, Norteamérica, Asia-Pacífico) ya no buscan simplemente "productos" a buen precio; buscan origen, trazabilidad y propósito.



Datos de mercado, nichos de alta demanda y logística estratégica para escalar tu negocio global.



Las cifras confirman el cambio de paradigma:

Aunque el comercio global se estabiliza, los nichos de **consumo responsable** crecen

2.3x más rápido

que los bienes convencionales.

Los productos con atributos de sostenibilidad **logran cobrar un premium** de entre

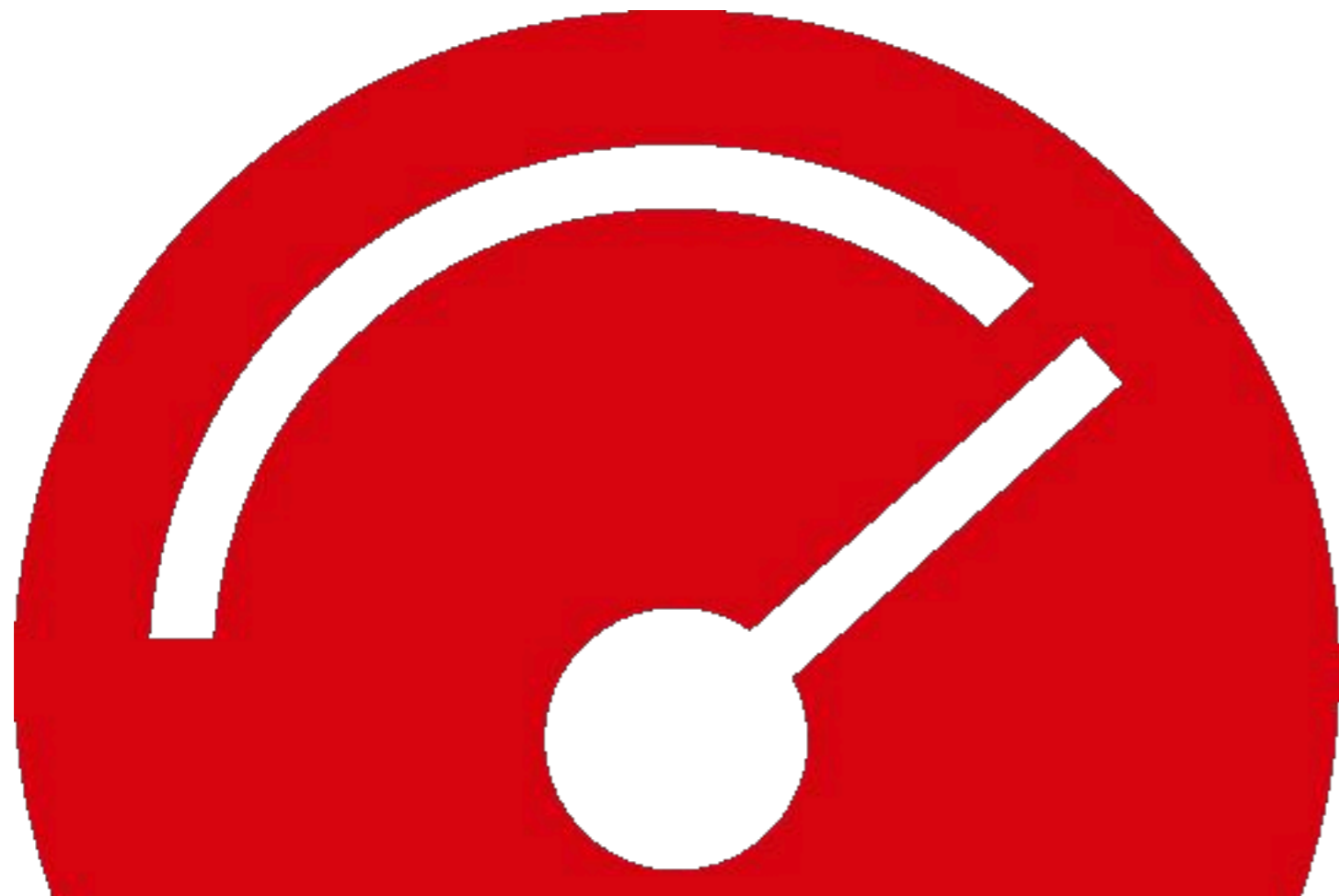
6% y el 25%

sobre sus competidores.



Este reporte **no es una guía para empezar; es un mapa de inteligencia de mercado para empresas** que están listas para dar el siguiente salto. **Aquí encontrarás dónde se cruza tu oferta local con la demanda global explosiva y cómo la logística se convierte en tu ventaja competitiva definitiva.**

Los 3 drivers que mueven la aguja en 2026



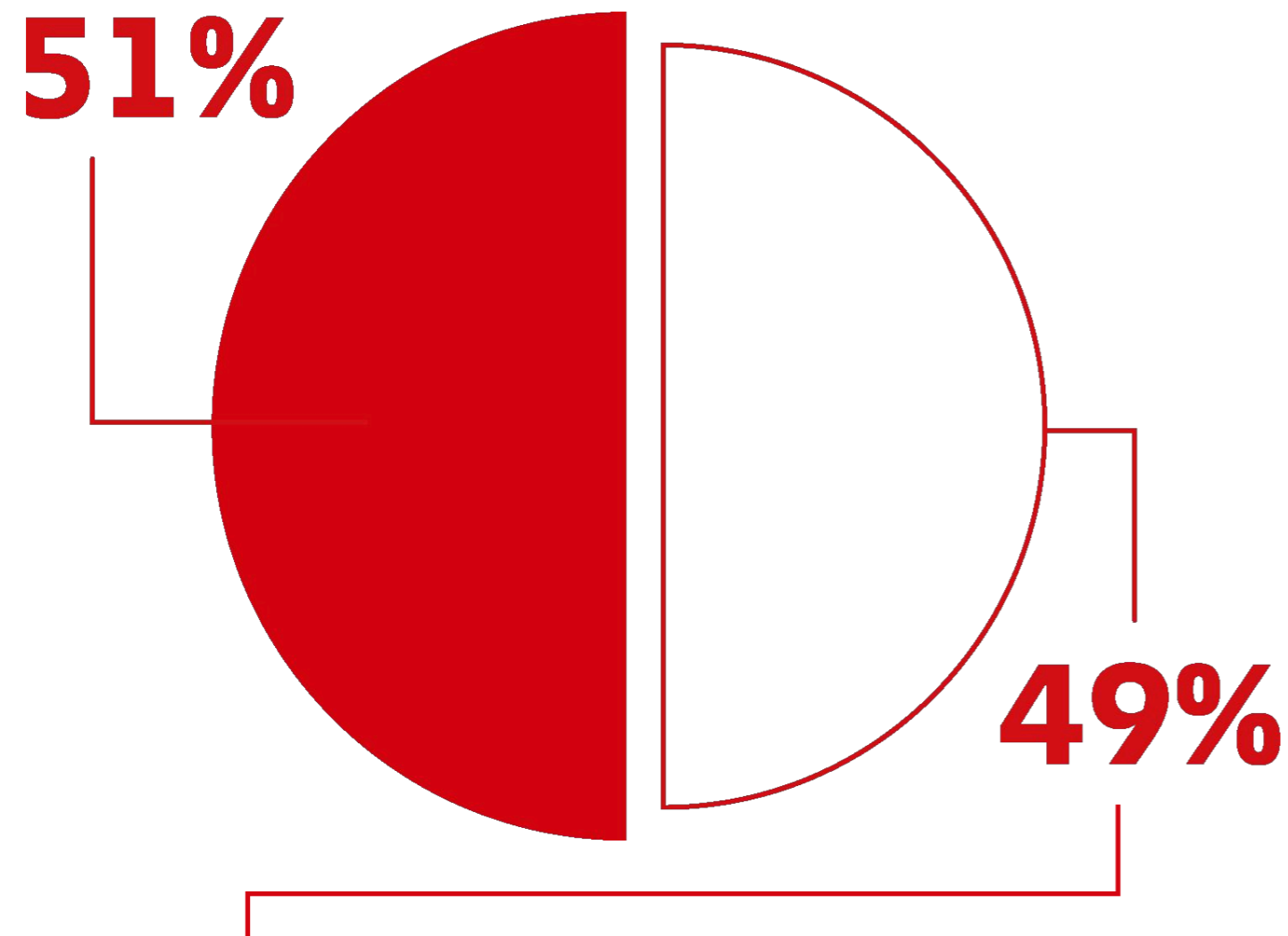
Antes de elegir un mercado, debes entender qué mueve al consumidor que vive en él. Estas son las tres macrotendencias que dictarán las compras internacionales:



1

El "green" ya no es un nicho, es la norma

La sostenibilidad ha dejado de ser un "nice-to-have" para convertirse en un requisito de entrada.



de los consumidores que han comprado un producto ecológico en el último mes en Estados Unidos.

El insight:

el consumidor europeo y norteamericano desconfía del greenwashing. Exige pruebas: sellos, certificaciones y trazabilidad.

La oportunidad:

tu pyme no necesita competir por volumen, debe competir por transparencia.

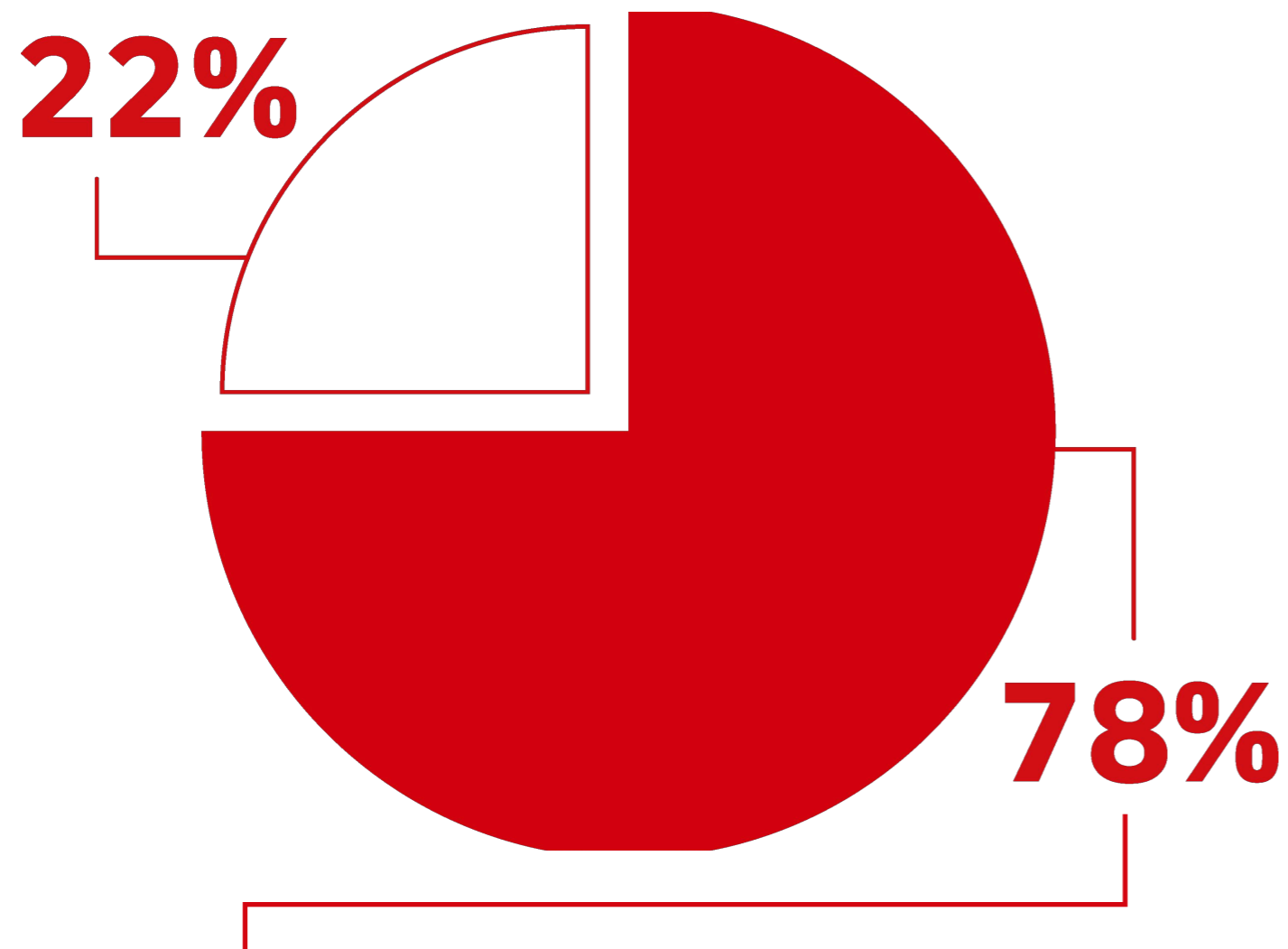


2

La búsqueda de bienestar y origen

(Wellness Revolution)

El consumidor post-pandemia **invierte en su salud física y mental** a través de lo que come y se aplica en la piel.



de los consumidores globales están dispuestos a pagar más por productos con ingredientes naturales, orgánicos o sin aditivos Unidos

El insight:

la etiqueta es el nuevo contrato de confianza. El cliente ya no lee los ingredientes por curiosidad, sino por seguridad preventiva; si no reconoce el origen, no compra.

La oportunidad:

Latinoamérica, como despensa de biodiversidad (superfoods, aceites esenciales), tiene una ventaja natural sobre competidores industrializados.

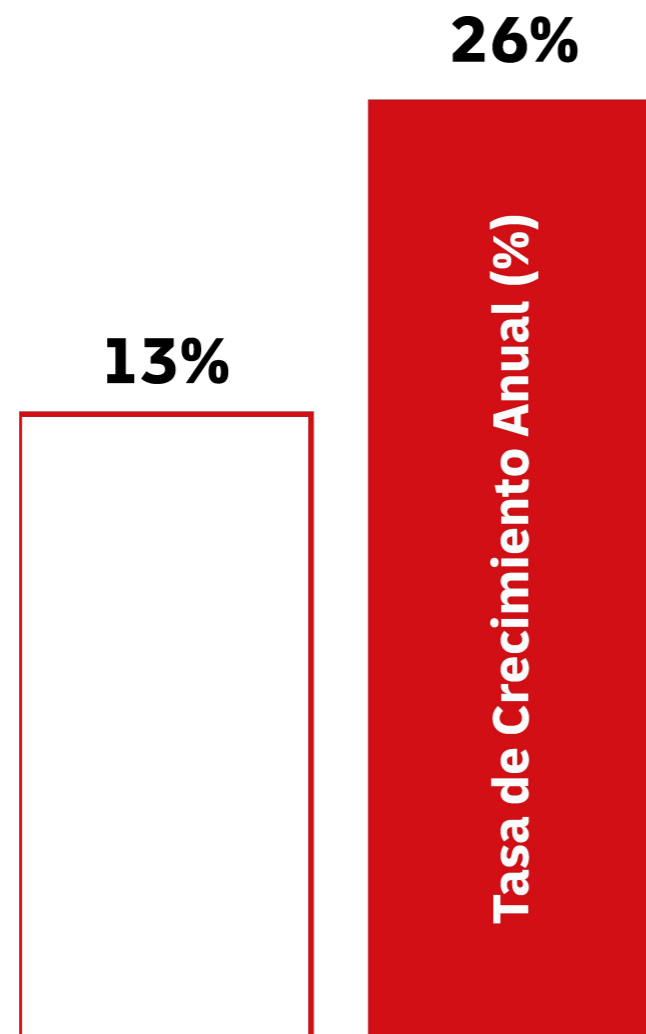
A young man and woman are looking at a tablet together in a modern office setting. The man is holding the tablet and pointing at the screen, while the woman is gesturing with her hand. The background shows a blurred office environment with tables and chairs.

3

Gratificación inmediata y digital

La tolerancia a la espera es mínima.
La experiencia de compra debe ser fluida,
móvil y rápida.

CAGR Proyectado 2024-2028



Fuente: Global Cross-Border B2C E-commerce Market Report 2028 / Juniper Research.

El dato:

se proyecta que el valor del comercio electrónico transfronterizo global superará los 3 billones de dólares para 2028, creciendo dos veces más rápido que el comercio doméstico.

El insight:

la incertidumbre es el mayor enemigo de la conversión. En un mundo de inmediatez, saber "dónde está mi pedido" genera tanta satisfacción como recibirlo.

La oportunidad:

la logística express no es un costo, es una herramienta de retención y fidelización.

Matriz de
oportunidades
globales 2026



A smiling woman with curly hair, wearing a light blue blazer and a white turtleneck, is holding a tablet computer. She is standing in a modern office environment with desks, chairs, and large windows in the background. A large red circle with the number '1' is positioned above her.

1

Dónde cruzar tu oferta con la demanda explosiva

El éxito en 2026 radica en la precisión: conectar el producto correcto con el mercado que desesperadamente lo está buscando.



Mercados objetivo

Asia-Pacífico
(China, Sudeste Asiático).

Medio Oriente.



La tendencia

En Medio Oriente, la seguridad alimentaria impulsa la demanda.

La clase media asiática liderará el consumo mundial hacia 2030.



Productos estrella LATAM

Superfoods:



Açaí



Maca



Chia



Quinoa

Gourmet:



Café de especialidad



Cacao fino

Salsa:



Sabores latinos picantes y auténticos

Dato clave:

El mercado de alimentos plant-based crecerá un 11% anual hasta 2035

Tu jugada logística:

La velocidad es rentabilidad. Utiliza el envío aéreo express para reducir drásticamente los tiempos de tránsito y maximizar la vida útil en estante (shelf-life) de tus productos en destino.

2

Sector: moda ética
y diseño (Slow Fashion)

**El consumidor
busca piezas que
dure y cuenten
una historia**





Mercados objetivo

Europa Occidental
(Alemania, Francia)

Norteamérica



La tendencia

El mercado de reventa y moda circular crecerá 3 veces más rápido que la moda tradicional.

Europa exige trazabilidad digital.



Productos estrella LATAM

Fibras nobles:



Alpaca



Vicuña



Algodón orgánico

Cuero vegetal:



Alternativas sostenibles

Artesanía:



Accesorios hechos a mano con identidad cultural

Dato clave:

El 73% de los consumidores europeos busca activamente marcas sostenibles.

Tu jugada logística:

Usa DHL GoGreen Plus para reducir emisiones en el transporte. Comunícalo en tu etiqueta: el cliente europeo valora que el envío sea tan ético como la prenda.

3

Sector: belleza limpia
(Clean Beauty)

**Latinoamérica
como el laboratorio
natural del mundo**





Mercados objetivo

EE.UU.
(Cross-border
E-commerce)

Unión Europea



La tendencia

La categoría de belleza sustentable alcanzará los US\$ 433 mil millones en 2034.



Productos estrella LATAM

Ingredientes activos:



Aceites amazónicos



Rosa mosqueta

Cosmética sólida:



Shampoo bars
(zero waste)

Aromaterapia:



Esencias naturales

Dato clave:

El mercado de alimentos plant-based crecerá un 11% anual hasta 2035

Tu jugada logística:

la velocidad es rentabilidad. Utiliza el envío aéreo express para reducir drásticamente los tiempos de tránsito y maximizar la vida útil en estante (shelf-life) de tus productos en destino.

4

Sector: Hogar y decoración consciente

El hogar como santuario ecológico





Mercados objetivo

Norteamérica

Países Nórdicos



La tendencia

El **87%** de los consumidores compraría más productos sostenibles si fueran accesibles.



Productos estrella LATAM

Mobiliario:



Maderas certificadas y recuperadas.

Textiles:



Mantas y tapetes de fibras naturales.

Decoración:



Cestería y cerámica artesanal.

Dato clave:

El mercado de alimentos plant-based crecerá un 11% anual hasta 2035

Tu jugada logística:

la velocidad es rentabilidad. Utiliza el envío aéreo express para reducir drásticamente los tiempos de tránsito y maximizar la vida útil en estante (shelf-life) de tus productos en destino.

De la tendencia **a la acción:** tu checklist 2026

Saber la tendencia es solo la mitad de la batalla. La ejecución es lo que define al exportador exitoso.





Valida tu narrativa (Storytelling):

Si exportas moda o alimentos, ¿tu etiqueta cuenta la historia del origen? El 76% de los compradores exige saber qué hay detrás del producto.



Tip: Incluye un código QR en tu empaque que muestre a los artesanos o agricultores detrás del producto.



Certifícate para ganar

En mercados saturados, las certificaciones son tu pasaporte VIP.



Orgánico / Fair Trade: crucial para Europa.



Halal: indispensable para Medio Oriente.



Cruelty-Free: mandatorio para la cosmética en nichos jóvenes.



Digitaliza tu logística:

No dejes que el envío sea una "caja negra".



Ofrece rastreo en tiempo real (el cliente ansioso lo revisará 3 veces al día).



Integra tu tienda (Shopify, Magento, VTEX) con tu operador logístico para generar guías automáticas y evitar errores manuales.

Tu socio estratégico en la expansión

En DHL no solo movemos cajas; habilitamos el crecimiento en los mercados más exigentes del mundo.



Para los que venden confianza:

una red logística predecible con tiempos de tránsito garantizados y seguimiento en tiempo real, brindando a tu cliente la seguridad de saber exactamente dónde está su envío y cuándo llegará a sus manos.

Para los que venden ética:

servicio GoGreen Plus, que utiliza combustible de aviación sostenible (SAF) para reducir la huella de carbono de tus exportaciones, dándote una ventaja competitiva verificable.

Para los que venden online:

herramientas digitales que simplifican el cross-border e-commerce, encargándose de los cálculos de aranceles y documentación aduanera para que tú solo te enfoques en vender.



El mercado 2026 premia a los preparados

Las oportunidades en alimentos funcionales, moda ética y belleza limpia son masivas, pero la ventana de oportunidad es para quienes actúen con agilidad y profesionalismo.

No intentes venderle a todo el mundo. Encuentra tu nicho, valida tu logística y escala con seguridad.

¿Listo para llevar tu pyme al siguiente nivel?

Abre tu cuenta ahora

DHL